



American Express passe au tout digital en aéroports avec une nouvelle campagne de communication inédite

Paris, le 29 Mars 2012 - Pionnier du cobranding sur le marché français, American Express a lancé la première carte de paiement en partenariat avec Air France en 1998. Pour soutenir le développement de sa gamme de trois cartes dédiées aux amateurs de voyages, American Express est présent depuis plus de 10 ans dans les aéroports CDG et Orly, passage incontournable des grands voyageurs. Aujourd'hui, en collaboration avec son agence Ogilvy One, l'annonceur s'immisce dans les nouveaux supports digitaux des deux sites et dévoilera sa nouvelle campagne de communication dès le 30 mars.

S'appuyant sur son agence historique, Ogilvy, American Express a profité du passage au digital en aéroports pour affiner ses messages et renouveler sa communication.

Afin de maximiser la visibilité d'American Express dans les aéroports et renforcer la valeur perçue de ses produits, les équipes d'OgilvyOne ont travaillé sur une nouvelle promesse, plus juste et plus forte « Votre quotidien va vous emmener loin » permettant de :

- Ancrer la campagne dans les achats quotidiens,
- Capitaliser sur l'avantage différenciant des cartes AIR FRANCE KLM American Express : l'accès au voyage via le gain de Miles Flying Blue,
- Renouveler la création des supports de communication pour insuffler de la modernité et émerger en aéroports,
- Apporter de l'émotion pour créer de la proximité avec les titulaires et les prospects.

Partant d'une connaissance profonde de la marque et des clients, l'agence a initié un nouveau concept de campagne de communication traduit par une exécution moderne en lien avec les supports digitaux en aéroport.

L'ambition était de trouver une idée créative qui fonctionne à la fois en affichage traditionnel et digital.

Tout en capitalisant sur les univers des deux marques emblématiques et statutaires Air France & American Express, l'agence a imaginé un concept décliné en plusieurs visuels, réalisés avec le photographe de renom, Peter Hönnemann.

Les visuels représentent des achats dans toute leur diversité (de la distribution aux loisirs sans oublier l'univers du voyage) et illustrent au plus juste le concept, « positionner le quotidien au cœur du voyage », via un symbole graphique immédiatement reconnaissable : la représentation du trajet en avion.

La signature, « Chaque achat dessine un peu plus votre prochain voyage », se matérialise par un filaire qui passe de visuel en visuel, dessinant des objets les uns après les autres et symbolisant « l'achat récompensé en billets d'avion ».

Dispositif et plan média

Plus qu'une campagne, c'est une saga de 11 visuels qui seront présents en rotation et qui permettront d'assurer une dynamique à la campagne dans la durée :

- 3 Totems Roissy 2F toute l'année
- Écrans digitaux sur pied et sur mât sur tout Roissy et Orly toute l'année– 120 faces
- Habillage stands Roissy, Orly & province
- Grands formats (bâche, toile, balcon) à Toulouse, Marseille, et Nice toute l'année
- Mur digital interactif au cœur du hall navette de Orly Ouest - tout le mois de mai 2012 (à partir du 02/05)

Crédit agence

Annonceur :	American Express Carte France
Responsable(s) annonceur :	Hélène Duneigre, VP Marketing Fidélisation American Express Cartes pour particuliers Karen Brunot, Senior Marketing Manager American Express Cartes pour particuliers
Agence :	OgilvyOne Paris
Nom de la Campagne :	« Chaque achat dessine un peu plus votre prochain voyage »
Produit :	Cartes de paiement comarquées Air France KLM American Express
Dates de la Campagne :	A partir du 2 avril 2012
Responsable(s) agence :	Violaine Degas – Managing Partner Isabelle Fastrez – Directrice Conseil Cédric Guéret – Directeur de Création
Equipe projet :	Laurent Lavarello – Chef de Groupe Cyrielle Malot – Chef de Publicité
Equipe création :	Guillaume Mary - Directeur Artistique Olivier Kueny – Concepteur – Rédacteur Erik Soulard – Design Technologist
Photographe :	Peter Hönnemann

A propos d’American Express

American Express Company est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers. Fondé en 1850, il occupe des positions de premier plan dans les cartes de paiement et de crédit, les chèques de voyage, le voyage et les produits d’assurance.

American Express est à la fois un réseau d’acceptation et la première société non bancaire émettrice de cartes de paiement au monde, en termes de nombre de cartes (91 millions de cartes en circulation émises en plus de 40 devises et acceptées dans plus de 200 pays) et de montant de dépenses (713,3 milliards de dollars) – chiffres à fin 2010. www.americanexpress.fr

Contacts Presse :

Béatrice Hervieu **Chrystelle Castellani**

Tél : 01 47 77 35 45 Tél : 01 47 77 30 31

comfr@aexp.com

www.americanexpress.fr/presse

<http://americanexpressfrance.blogspot.com/>